ORIENTACIÓN: SO ARTE – Artes Visuales

MATERIA: Informática

PROFESOR/A: Jotynskij, Magalí

CURSO: 6to Año **CICLO LECTIVO:** 2024

EXPECTATIVAS DE LOGRO:

•Que los alumnos puedan agilizar la producción cognitiva y la riqueza cultural a través del uso consciente de la tecnología.
• Comunicar a través de la imagen visual y sus elementos compositivos.
• Identificar marcas según: isotipo, logotipo, isologotipo.
• Reconocer elementos compositivos de las marcas comerciales y signos de identidad corporativa o profesional.
• Asociar y establecer valores emocionales y culturales a los colores y utilizarlos para comunicar.
• Diseñar una marca grupal, determinar la tipografía, los colores, las formas, con los que puedan identificarse personas de acuerdo con su profesión, sus gustos, personalidad, contexto cultural, etc.
•Desarrollar un pequeño manual de marca.
• Reconocer a las familias tipográficas según su clasificación.
• Diseñar signos en sistema que puedan utilizarse para señalizar espacios u organizar múltiples elementos.
• Aprender a pensar las imágenes visuales en tanto mensajes y construcciones culturales humanas, y poder interpretarlas, crearlas y resignificarlas.
• Diseñar piezas de diseño editorial y plantear el diseño de un sitio web pequeño.
• Plantear y diseñar su propio currículum vitae.
• Aprender a dar y recibir críticas constructivas para mejorar su propio hacer creativo.
• Socializar, solidarizarse y compartir, a partir de la experiencia del trabajo en equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

• Asistencia a clases.
• Trabajo y participación en clase.
• Correcta expresión escrita y oral, uso de vocabulario específico.
• Cumplimiento, en tiempo y forma, de entrega de trabajos prácticos y tareas para el hogar.
• Presentación, clase a clase, de carpeta completa, con apuntes de clase, prolija y legible, y material solicitado para trabajo en clase.
• Aprobar las instancias de evaluaciones y lecciones (orales, individuales y grupales).
•Originalidad y creatividad en la elaboración y presentación de trabajos y tareas.
• Responsabilidad en el cuidado del aula, su mobiliario y equipamiento.
• Actitud de respeto frente al propio trabajo y hacia el de los demás.
• Predisposición para el trabajo en equipo y cooperación con el aprendizaje de los compañeros.
• Comportamiento durante las clases.

CONTENIDOS:

Unidad 1: Marcas y sus aplicaciones. Morfología de las marcas. Isotipo, logotipo, isologotipo. Marca comercial, marca personal. Construcción de la identidad a través de signos visuales. Factibilidad de reproducción, formas curvas, rectas, abiertas, cerradas. Línea modulada, continua y discontinua. Complejidad del signo visual: lo que denota y lo que connota. El color en las marcas: significado cultural y comercial de los colores. Blanco y negro y escala de grises, traducción de la paleta de colores a monocromía. Transmisión de valores culturales, ideas y sentimientos, mediante la forma, la tipografía y el color. Texto y tipografía en las marcas. Valor gráfico del signo alfabético. Forma y

contra-forma. Coherencia cualitativa entre isotipo y logotipo. Cambios de escala, orientación y proporción de la marca personal. Opciones de variables cromáticas y tipográficas. Manual de marca.

Unidad 2: Diseño institucional e identidad gráfica. Identidad gráfica: posibles aplicaciones de la marca personal en productos de diseño gráfico y otros objetos. Aplicación y desarrollo de la marca personal sobre piezas de diseño editorial. Fraccionamiento, alteración de sus partes constitutivas, análisis de las partes por el todo y el todo por las partes. Trama y textura a partir de la marca personal.

Unidad 3: introducción al diseño editorial. El diseño de información en la comunicación masiva. Diseño editorial. Diagramación de páginas web. La imagen y el texto en página y doble página. Grillas de estructuración. Soporte: papel, pantalla, tamaño, orientación. Márgenes, columnas, calles, interlineados, espacio entre letras. Diseño tipográfico, jerarquías de texto a través del formato. El currículum vitae: selección de la información, síntesis, jerarquización y organización, diseño gráfico y editorial de la pieza.